

Indice

Prefazione , di <i>Alessandra Carini</i>	pag.	9
Presentazione , di <i>Federico Butera e Giorgio De Michelis</i>	»	13

Parte prima

Modelli di impresa e modelli socio-economici dell'Italian Way of Doing Industry

1. L'ipotesi di una Italian Way of Doing Industry , di <i>Giorgio De Michelis</i>	»	49
1.1 Introduzione	»	49
1.2 Quattro temi ricorrenti nel discorso sull'industria italiana	»	52
1.3 Eppure...	»	54
1.4 Esiste una Italian Way of Doing Industry?	»	57
1.5 Conclusioni provvisorie	»	62
1.6 Ringraziamenti	»	68
Bibliografia	»	69
2. I nuovi profili delle imprese italiane , di <i>Stefano Micelli</i>	»	71
2.1 Piccola e media impresa e distretti nello sviluppo del sistema industriale italiano	»	71
2.2 La crisi del 2000 e il suo impatto sulle imprese del Made in Italy	»	73
2.3 Un decennio di cambiamenti	»	75
2.4 L'emergere di nuove imprese leader	»	79
2.4.1 Una nuova proiezione internazionale	»	81
2.4.2 Innovazione e creatività al servizio della competitività di impresa	»	82

2.4.3	Politiche di costruzione della marca e di distribuzione	»	84
2.4.4	Le tecnologie per il governo delle reti di impresa	»	85
2.5	L'impresa italiana di fronte alla crisi: criticità e aree di intervento per una nuova politica industriale	»	86
2.5.1	Sostenere la media impresa "a metà del guado"	»	87
2.5.2	Un futuro per la piccola impresa e per il lavoro artigiano	»	88
2.5.3	Promuovere nuovi territori: dalla comunità allo spazio metropolitano	»	89
	Bibliografia	»	91
3.	La media impresa di fronte alla crisi , di <i>Daniele Marini</i>	»	93
	Bibliografia	»	103
4.	Due direttrici di marcia: medie imprese e piccole imprese innovative , di <i>Riccardo Varaldo</i>	»	105
	Bibliografia	»	114
5.	La grande impresa e il Made in Italy , di <i>Francesco Silva</i>	»	117
6.	Favorire la metamorfosi del sistema , di <i>Alessandro Sinatra</i>	»	123
6.1	Perché raccontare il successo	»	123
6.2	Il contesto italiano: un sistema in transizione	»	123
6.3	La metamorfosi: un'utile metafora	»	127
6.4	Accelerare il processo di metamorfosi del sistema	»	129
6.5	Le competenze da sviluppare	»	131
6.6	Le possibili linee di intervento	»	133
	Bibliografia	»	134
7.	La crescita imprenditoriale nelle imprese italiane , di <i>Fernando G. Alberti</i>	»	137
7.1	Premessa	»	137
7.2	Le sfide per le imprese italiane	»	137
7.3	L'insegnamento di quattro casi di successo	»	140
7.4	Le determinanti della crescita imprenditoriale delle imprese	»	141
7.5	Le <i>capabilities</i> necessarie per la crescita	»	147
7.6	Il rinnovamento strategico per competere con successo	»	157
	Bibliografia	»	158

8. La natura dell'impresa capace di competere: le cinque dimensioni dell'Italian Way of Doing Industry, di Federico Butera	»	159
8.1 Le contraddizioni dell'economia italiana	»	159
8.2 L'approccio: un percorso dal basso basato sui fatti	»	160
8.3 L'impresa italiana capace di competere	»	162
8.4 Le storie di impresa e il modello di Italian Way of Doing Industry	»	165
8.5 L'impresa che compete: il modello di analisi	»	169
8.6 Le cinque dimensioni dell'Italian Way of Doing Industry come modo di produzione di beni e di servizi	»	172
8.7 Le organizzazioni criminali e il loro contrasto: le organizzazioni per la difesa sociale e il sistema delle imprese sane	»	182
8.8 L'impresa integrale	»	183
Bibliografia	»	185

Parte seconda
Le politiche

9. Politiche di sostegno della competitività, di Giuseppe Tripoli	»	191
9.1 Premessa	»	191
9.2 Le sfide della politica industriale	»	192
9.3 Strumenti finanziari a sostegno delle Pmi	»	194
9.4 Favorire i processi aggregativi tra imprese	»	195
9.5 Stimolare l'innovazione e supportare le attività con elevate prospettive di crescita	»	196
9.6 Conclusioni	»	197
10. Sviluppare le competenze per la nuova impresa in Italia, di Francesco Verbaro e Tiziana Lang	»	199
10.1 Nuove competenze e nuovi lavori	»	200
10.2 Le previsioni occupazionali nella domanda d'impresa	»	201
10.3 Colmare il <i>mismatch</i>	»	204
10.4 Quale ruolo per le imprese dell'Italian Way of Doing Industry?	»	208
11. Modelli e dotazioni manageriali, di Renato Cuselli	»	209
11.1 La cornice: caratteristiche del progetto sulla Italian Way of Doing Industry	»	209
11.2 I punti di contatto con l'impegno di Fondirigenti (e dell'Associazione Management Club-AMC)	»	209

11.3	Qualche evidenza dai nostri studi	»	210
11.4	L'importanza del contesto: Pubblica Amministrazione, formazione e relazioni industriali	»	211
11.5	Alcune "riflessioni" finali	»	213
12.	Politiche e crescita dal basso , di <i>Bruno Lamborghini</i>	»	215
	Bibliografia	»	224

Parte terza

Italian Way of Doing Business, settori e imprese

13.	Il settore delle costruzioni e i nuovi modelli di rete , di <i>Claudio De Albertis</i>	»	227
14.	Dalla persistenza alla <i>dynamic legacy</i> nel sistema Moda: le fonti del valore del Made in Italy , di <i>Michele Tronconi</i>	»	231
14.1	Cosa ci dice la persistenza	»	232
14.2	La Moda come fattore propulsivo	»	234
14.3	Una <i>dynamic legacy</i> per attraversare la crisi	»	237
14.4	Ripensare la politica industriale	»	238
14.5	Conclusioni	»	240
	Bibliografia	»	240
15.	La piattaforma dell'Aerospazio e la gestione della conoscenza in Finmeccanica , di <i>Francesco Mantovani</i> e <i>Roberto Maglione</i>	»	241
15.1	Finmeccanica e i numeri per gestire "l'impresa"	»	242
15.2	Il diversity tecnologico e generazionale	»	243
15.3	Il modello di Finmeccanica: l'innovazione e l'eccellenza della tecnologia attraverso la valorizzazione del know-how	»	245
15.4	Conclusioni	»	247
16.	La chimica farmaceutica e l'impresa integrale alla Zambon , di <i>Elena Zambon</i>	»	249
16.1	La chimica farmaceutica come combinazione tipicamente italiana	»	249
17.	L'informatica e l'impresa rete alla Reply , di <i>Tatiana Rizzante</i>	»	255
	Ringraziamenti	»	259